

## ISOMORFISMA DALAM ADOPSI TEKNOLOGI INFORMASI PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

Arif Perdana

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak

Jl. Ahmad Yani Pontianak 78124

Telp. (0561) 736180, Faks. (0561) 740143

E-mail: arifperdana@gmail.com

### ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk memberikan paparan teoritis mengenai isomorfisma dalam adopsi teknologi informasi (TI) pada sektor usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) secara global. Metode penelitian yang digunakan adalah *interpretive research* melalui literatur dari jurnal-jurnal terkemuka. Isomorfisma adalah tindakan untuk mengikuti atau mengimitasi keputusan pihak lain karena adanya pengaruh eksternal seperti tekanan koersif (*coercive pressures*), tekanan mimetik (*mimetic pressures*) dan tekanan sosial (*social pressures*). Adopsi TI pada sektor UMKM menarik untuk diamati dikarenakan berbagi permasalahan yang dihadapi seperti, tingginya resiko kegagalan investasi, keterbatasan anggaran TI, keterbatasan pengetahuan manajer, dan sulitnya untuk menemukan aplikasi TI yang sesuai dengan proses bisnis UMKM. Kendala-kendala tersebut menyebabkan perbedaan yang signifikan antara UMKM dan perusahaan besar dalam proses adopsi TI. Ketidakpastian dan resiko tinggi yang dihadapi manajer UMKM dalam adopsi TI menyebabkan mereka cenderung menunggu dan mempelajari terlebih dahulu dampak dari pemanfaatan TI, baik secara internal maupun eksternal dari UMKM yang sudah terlebih dahulu sukses memanfaatkannya. Implikasi praktis dari perilaku isomorfisma yang terjadi di UMKM akan dipaparkan pada bagian akhir dari artikel.

*Kata Kunci: isomorfisma, perilaku mimetik, adopsi teknologi informasi, usaha kecil mikro dan menengah*

### 1. LATAR BELAKANG

Keunggulan kompetitif dapat dimunculkan melalui strategi kepemimpinan dalam biaya (*cost leadership*), diferensiasi produk, dan fokus pada biaya atau diferensiasi (Porter, 1998). Pengaruh globalisasi yang tak terelakkan mengakibatkan setiap organisasi bisnis termasuk juga UMKM harus berhadapan dengan kompetisi yang semakin kompleks. Tuntutan akan produk yang beragam, kualitas tinggi, dapat dipercaya dengan harga yang murah harus dijawab dengan kemampuan beradaptasi dan selalu fleksibel dalam setiap keadaan. Secara lebih ringkas, dapat disimpulkan bahwa intisari dari kompetitifitas perusahaan adalah seberapa cepat mereka dapat melakukan inovasi dan beradaptasi terhadap inovasi terbaru yang dikembangkan oleh perusahaan pesaing.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar bertindak inovatif dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif adalah melalui keterlibatan secara serius dalam aplikasi dan implementasi teknologi informasi. Beberapa tujuan dari pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis adalah untuk efisiensi biaya, waktu dan menjangkau wilayah geografis yang lebih luas. Penggunaan teknologi informasi oleh organisasi akan mempermudah proses transfer data, informasi dan pengetahuan yang selanjutnya akan berimplikasi pada meningkatnya kompetitifitas organisasi tersebut dalam persaingan (Levy dan Powell, 2005).

Berbicara mengenai pemanfaatan teknologi informasi tidak lepas dari proses adopsi yang

dilakukan. Adopsi merupakan tahap pertama kali yang harus dilakukan sebelum implementasi. Pemahaman mengenai adopsi TI sangat penting terutama dalam konteks UMKM. Runge dan Lee (2001) mengemukakan sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan mengadopsi STI diantara pengecer-pengecer kecil yaitu: inovasi administrasi, inovasi produk, tekanan persaingan, keyakinan-sendiri pemilik perusahaan, keunggulan relatif TI persepsian, dan tekanan sosial, sementara itu Teo et al. (2003) mengemukakan tiga faktor yang mendasari keputusan adopsi teknologi informasi yaitu tekanan mimetik, tekanan memaksa dan tekanan normatif.

Adopsi teknologi informasi pada sektor usaha ini memiliki keunikan tersendiri. Adopsi dan penggunaan TI di kalangan UMKM seringkali problematik dikarenakan keterbatasan pengetahuan dari pemilik UMKM, sulitnya menemukan sistem yang sesuai dengan proses bisnis UMKM, dan keterbatasan dana investasi yang disediakan untuk TI (Levy dan Powell, 2005).

Tulisan ini menyajikan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan isomorfisma dalam adopsi TI dengan didasarkan atas model riset interpretif (*interpretive research*) dengan menggunakan literatur dari jurnal-jurnal terkemuka. Paparan teoritis dan implikasi praktis mengenai permasalahan tersebut terhadap UMKM akan dibahas pada bagian selanjutnya dari artikel ini.

## 2. RERANGKA TEORI

### 2.1 Adopsi Teknologi Informasi pada UMKM

Permasalahan adopsi teknologi informasi pada sektor UMKM cukup menarik dan masih belum banyak diteliti (Levy dan Powell 2005). Sektor UMKM memiliki proses bisnis yang sama sekali berbeda dengan perusahaan-perusahaan besar, dengan demikian model adopsi teknologi informasi yang diterapkannya juga berbeda. Pengelolaan TI pada UMKM menarik untuk diamati, karena beberapa permasalahan seperti pengetahuan manajer yang terbatas, sulitnya untuk menemukan TI yang cocok dengan aktivitas bisnis UMKM, dan sumber daya keuangan yang terbatas (Levy dan Powell, 2005).

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan manajer dalam melakukan adopsi TI. Kimberly dan Evanisko (1981) mengidentifikasi tiga variabel yang mempengaruhi keputusan adopsi teknologi yaitu karakteristik CEO, karakteristik organisasi dan karakteristik lingkungan. Runge dan Lee (2001) mengemukakan empat faktor yang mempengaruhi minat untuk mengadopsi teknologi internet dan sistem informasi yaitu: konteks individu, konteks organisasional, konteks teknologi dan konteks sosial. Dari tinjauan literatur di atas dapat disimpulkan bahwa ada empat faktor penting yang mempengaruhi minat untuk mengadopsi STI yaitu individu, organisasional, teknologi dan lingkungan. Tabel berikut ini merincikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk mengadopsi TI pada sektor UMKM.

Tabel 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Untuk Mengadopsi TI pada UMKM

No	Faktor	Sumber
1.	Karakteristik Perusahaan; Strategi dan Kompetitifitas Manajemen; Pengaruh Pihak Eksternal dan Internal dalam Keputusan Mengadopsi; Karakteristik Teknologi Yang Diadopsi	Lefebvre, et. al. (1991)
2.	Persepsi Keunggulan; Kesiapan Organisasi; Tekanan Eksternal untuk Mengadopsi Teknologi.	Iacovou et al. (1995)
3.	Tekanan Memaksa, Tekanan Mimetis, Tekanan Sosial.	Theo et al. (2003);
4.	Inovasi Administrasi, Inovasi Produk, Tekanan Persaingan, Keyakinan-Sendiri Pemilik Perusahaan, Persepsi Keunggulan Relatif TI, dan Tekanan Sosial.	Runge dan Lee (2001)

Tabel 1: Lanjutan

No	Faktor	Sumber
5.	Sikap Manajer Terhadap TI; Keterbatasan Sumber Daya; Inisiatif untuk mengadopsi TI; Ketersediaan Infrastruktur; Tekanan Untuk Mengadopsi TI dari Konsumen; Tren dalam Adopsi TI	Sarosa dan Underwood, (2005)
6.	Pengetahuan dan Keinovasian Manajer; Keunggulan Relatif SI/IT; Kompatibilitas dan Kompleksitas SI/IT; Ukuran Bisnis; Pengetahuan Karyawan Tentang TI; Intensitas Informasi; Kompetisi.	Thong, (1999)
7.	Karakteristik Manajer (Usia, Pendidikan, Gender dan Etnik)	Chuang, Nakatani, Zhou, (2009)
8.	Kesiapan Organisasi; Tekanan Eksternal; Persepsi Kegunaan; Persepsi Kemudahan Penggunaan;	Grandon dan Pearson, (2004)
9.	Kesiapan; Tekanan Eksternal; Persepsi Keunggulan;	Chwelos et al. (2001)
10.	Keunggulan Relatif; Dukungan Manajemen Puncak; Ukuran Organisasi; Tekanan Persaingan Eksternal.	Premkumar dan Roberts, (1999)

Faktor individu dan lingkungan memiliki peran dan pengaruh yang paling besar pada UMKM. Pengambilan keputusan mengenai investasi dan adopsi TI pada UMKM tidak didasarkan atas perencanaan yang detail dan lebih dipengaruhi oleh keputusan manajer (Bunker et al. 2000 dalam MacGregor dan Vrazalic, 2007). Manajer seringkali tidak rasional dalam mengambil keputusan, dan cenderung mengimitasi perilaku-perilaku pihak lain. Proses imitasi ini terjadi dikarenakan adanya kondisi ketidakpastian dan ambiguitas yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Proses ini biasanya dilakukan untuk keputusan yang menyangkut investasi, adopsi teknologi baru, dsb (Lieberman dan Asaba, 2004). Teo et al. (2003) mengemukakan bahwa faktor lingkungan seperti tekanan mimetik, tekanan memaksa dan tekanan normatif memiliki pengaruh yang signifikan bagi manajer TI dalam pengambilan keputusan terhadap adopsi TI. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa ada tiga faktor yang seringkali muncul dalam penelitian empiris mengenai adopsi TI pada UMKM yaitu tekanan eksternal, karakteristik manajer, dan persepsi keunggulan. Tekanan eksternal merupakan indikator utama yang menunjukkan bahwa model adopsi TI di

sektor UMKM lebih didominasi oleh tindakan untuk meniru atau mengimitasi pihak lain. Pengambilan keputusan di UMKM lebih didominasi oleh manajer, hal inilah yang menjadikan faktor kritis bagi UMKM dalam mengadopsi TI (Thong, 1999).

## 2.2 Tekanan Isomorfisma dalam Adopsi Teknologi Informasi Pada UMKM

Terdapat beberapa karakteristik yang perlu dipahami dalam proses adopsi suatu inovasi atau teknologi baru. Pembagian ini didasarkan pada faktor psikologi dan demografi dari suatu individu, organisasi atau kelompok. Karakteristik tersebut adalah, *innovator*, *early adopter*, *the early majority*, *the late majority* dan *the laggards* (Moore, 1991). Dengan didasari pada karakteristik tersebut UMKM lebih tepat masuk kepada kelompok *the early majority*, *the late majority* dan *the laggards* dalam proses adopsi teknologi informasi.

Mereka yang masuk ke dalam kelompok *the early majority* adalah yang memerlukan referensi dari *innovator* dan *the early adopter*. Kelompok ini cenderung menunggu bagaimana suatu teknologi berpengaruh terhadap aktivitas yang dilakukan oleh pendahulunya, namun demikian mereka memiliki pengetahuan yang baik terhadap teknologi yang diadopsi. Kelompok *the late majority* merupakan kelompok yang baru akan mengadopsi suatu teknologi ketika sudah menjadi standar atau sudah menjadi teknologi yang mayoritas digunakan. Sementara itu kelompok *the laggard* merupakan kelompok yang baru mengadopsi suatu teknologi ketika teknologi tersebut sudah hampir ditinggalkan (Moore, 1991).

Hasil survey yang dilakukan oleh komisi Eropa menemukan bahwa 80% UMKM merupakan pengikut teknologi (*technology follower*), sisanya sebesar 1-3% merupakan pengembang teknologi (*technology developer*) dan 10-15% merupakan pengguna teknologi utama (*leading technology users*). Sementara itu hasil survey di Belanda mengelompokkan UMKM ke dalam dua karakteristik yaitu mereka yang memiliki potensi sebagai inovator dan mereka yang bukan inovator, kedua kelompok ini masing-masing terbagi menjadi 4% hingga 45% (OECD, 2000). Hasil survey ini memperlihatkan bahwa UMKM cenderung enggan mengambil resiko dalam mengadopsi TI. Mereka lebih senang untuk mempelajari terlebih dahulu kesuksesan perusahaan-perusahaan pesaing mereka dalam proses adopsi dan implementasi TI tersebut, untuk kemudian melakukan perilaku imitasi terhadap tindakan tersebut.

Ada beragam konsep yang dikemukakan berkaitan dengan perilaku imitasi. Perilaku ini disebut juga isomorfisma institusional (DiMaggio dan Powell, 1983). Banerjee (1992) menyebutnya sebagai perilaku gembala (*herding behavior*), Choi (1997) menggunakan istilah efek penguin (*penguin effect*) untuk merujuk pada perilaku imitasi tersebut,

Bikhchandani et al. (1992) mengatakan fenomena ini sebagai efek dari *informational cascades*. Ellison dan Fudenberg (1993) mengistilahkannya sebagai 'pembelajaran sosial', Bernheim (1994) mengatakan fenomena ini sebagai upaya untuk mencari kesesuaian (*conformity*). Konsep lainnya dikemukakan oleh Abrahamson dan Rosenkopf (1997); Terlaak dan King (2007), Mereka mengistilahkannya sebagai efek gerbong (*bandwagon effect*), sementara itu Baerenklau (2005) menyebutnya sebagai efek tetangga (*neighborhood effect*). Beberapa konsep di atas dapat digabungkan ke dalam satu teori yaitu teori adopsi pengungkapan-informasi (*information-revealing adoption theories*) (Bikhchandani et al., 1998; Rosenkopf dan Abrahamson, 1999). Dalam perkembangan selanjutnya Walden dan Browne (2009) merangkum seluruh konsep tersebut kedalam teori adopsi sekuensial (*adoption sequential theory*).

Perilaku untuk mengimitasi keputusan pihak lain ini cukup menyolok dalam industri TI. Manajer TI cenderung mengikuti pihak lain dalam melakukan pembuatan keputusan investasi TI (Kauffman and Li 2003). Keengganan UMKM untuk melakukan investasi tinggi dalam TI (Walczuch et al. 2000), dan kurangnya staf atau pakar TI (Bunker et al. 2000 dalam MacGregor dan Vrazalic 2007) diyakini sebagai faktor yang akan memperkuat kecenderungan manajer-manajer UMKM untuk mengikuti jejak perusahaan-perusahaan lain yang telah lebih dahulu sukses dalam adopsi TI.

## 3. PEMBAHASAN

### 3.1 Bentuk-Bentuk Isomorfisma dalam Adopsi Teknologi Informasi dan Antensendennya

Istilah isomorfisma pertama kali diperkenalkan oleh DiMaggio dan Powell (1983). Mereka menggunakannya untuk merujuk kepada kecenderungan suatu organisasi untuk bertindak sama dengan organisasi lainnya. Ada dua faktor yang mempengaruhinya yaitu internal organisasi dan lingkungan. Ketergantungan dengan perusahaan sejenis atau perusahaan induk, ketidakpastian, proses normatif dan teknologi yang digunakan merupakan dimensi-dimensi yang dapat menjelaskannya kedua faktor tersebut (DiMaggio dan Powell, 1983). Teo et al. (2003) mengadopsi teori ini untuk memprediksi minat dalam mengadopsi TI pada institusi-institusi yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Tiga variabel yang dapat menjelaskan tekanan isomorfisma ini adalah tekanan memaksa (*coercive pressures*), tekanan mimetik (*mimetic pressures*), dan tekanan sosial (*social norms*) Teo et al. (2003).

Menjadi inovator bagi UMKM terlebih sektor usaha mikro merupakan tindakan yang amat beresiko. Apalagi pemanfaatan TI di sektor ini masih amat sangat sedikit. Oleh karena itu perilaku isomorfisma di sektor UMKM sesungguhnya tidak dapat terelakkan. Faktor-faktor yang disajikan pada tabel 2 diyakini penulis sebagai antesenden

(penyebab/pendahulu) dari perilaku isomorfisma di sektor UMKM.

Tabel 2. Karakteristik UMKM Sebagai Antesenden Dari Perilaku Isomorfisma

No	Faktor Antesenden	Sumber
<i>Faktor Eksternal</i>		
1.	Memiliki diversifikasi produk/jasa yang tidak banyak	Bunker et al. (2000)
2.	Keterbatasan pangsa pasar.	Quayle (2002)
3.	Cenderung berorientasi produk dibandingkan dengan berorientasi konsumen.	Bunker et al. (2000)
4.	Fokus pada pangsa pasar tertentu	Reynolds et al. (1994)
5.	Tidak memiliki pengendalian yang baik atas ketidakpastian yang terjadi	Hill et al. (2000)
6.	Memiliki resiko kegagalan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar.	DeLone (1988)
7.	Enggan mengambil resiko.	Walczuch et al. (2000); Dennis (2000)
<i>Faktor Internal</i>		
8.	Manajemen yang terpusat dan perspektif jangka pendek.	Bunker et al. (2000), Thong (1999)
9.	Memiliki kemampuan manajerial yang relatif rendah	Bili dan Raymond (1993)
<i>Faktor Internal</i>		
10.	Cenderung mengumpulkan informasi dari rekan2 sejawat.	Dennis (2000)
11.	Pemilik perusahaan memiliki pengaruh yang kuat dalam pengambilan keputusan	Bunker et al. (2000), Thong (1999)
12.	Pengambilan keputusan lebih didasarkan pada intuisi daripada harus melalui perencanaan dan studi yang matang	Bunker et al. (2000)
13.	Perencanaan yang dilakukan seringkali bersifat informal	Miller et al. (2000)
14.	Memiliki keterbatasan finansial	Levy dan Powell 2008
15.	Enggan melakukan pengeluaran untuk TI dan penggunaan TI yang terbatas	Walczuch, Van Braven, dan Lundgren (2000)
16.	Kurang tenaga TI dan pelatihan-pelatihan yang berkaitan	Bunker et al. (2000)

Diadaptasi dari McGregor dan Vrazahalic (2007)

Seperti yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, bentuk isomorfisma ini dapat berupa tekanan memaksa (*coercive pressure*), tekanan mimetik (*mimetics pressure*) dan tekanan sosial (*social pressures*) (Teo, et al., 2003) Tekanan memaksa terjadi karena regulasi yang menghendaki sektor UMKM untuk mengadopsi dan menerapkan TI dalam proses bisnisnya. Tekanan mimetik terjadi karena adanya *role model* dari UMKM yang sudah sukses dalam mengadopsi dan menerapkan TI dalam proses bisnisnya. Kesuksesan ini akan menjadi contoh bagi UMKM lainnya. Tekanan sosial terjadi karena adanya tuntutan profesionalisme dalam pelayanan. Persaingan yang kompetitif diantara UMKM yang menghasilkan produk sejenis seharusnya memberikan dampak positif bagi UMKM untuk berfikir lebih maju, mereka seharusnya lebih berorientasi kepada konsumen dibandingkan hanya fokus pada menghasilkan produk yang dapat dijual. Kondisi seperti ini merupakan faktor yang menyebabkan perilaku isomorfisma dari sisi sosial.

### 3.2 Informational Cascades dan Tekanan Mimetik

Salah satu bentuk dari isomorfisma institusional adalah tekanan mimetik (Teo et al. 2003). Tekanan mimetik atau kecenderungan untuk meniru perilaku pihak lain berasal dari adanya *informational cascades* (Bikhchandani et al. 1992) Fenomena ini terjadi ketika individu yang memiliki informasi yang tidak sempurna, bertindak secara sekuensial untuk memilih tindakan yang sama dengan pendahulunya dengan mengabaikan informasi pribadi yang mereka miliki, dan individu yang menghadapi dua pilihan keputusan yang memiliki kemiripan.

Penelitian terdahulu mengemukakan bahwa salah satu faktor yang menentukan keputusan adopsi TI adalah karakteristik *Chief Executive Officer* (CEO) yang didalamnya terdapat subfaktor seperti pengetahuan CEO tentang TI dan e-business dan sikap CEO terhadap inovasi. (Harrison, Mykytyn dan Riemenschneider, 1997). Namun demikian dalam proses pengambilan keputusan manajer seringkali mengalami *bounded rationality*. Mereka dihadapkan pada kendala-kendala seperti kekurangan informasi yang penting berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi, kriteria-kriteria yang relevan, dsb. Biaya dan waktu merupakan faktor penting yang membatasi kualitas dan kuantitas dari informasi yang tersedia. Dengan demikian, pengambil keputusan hanya menggunakan sebagian kecil dari informasi yang terkandung di dalam memori dan ingatan mereka. Keterbatasan dari inteligensia dan persepsi setiap individu inilah yang akan menjadi kendala bagi kemampuan pengambil keputusan untuk secara akurat melakukan kalkulasi atas perhitungan yang optimal dari berbagai informasi yang tersedia. Keterbatasan ini

juga menghalangi pengambil keputusan untuk mengambil keputusan secara optimal sesuai dengan pola rasionalitas dalam pengambilan keputusan (Bazerman 1994). Salah satu bias yang muncul akibat dari keadaan di atas adalah *informational cascades*.

Beberapa literatur ada yang menggunakan istilah *informational cascades* dan perilaku gembala (*herding behavior*) secara bertukar. Namun demikian terdapat perbedaan antara kedua istilah tersebut. *Informational cascades* merujuk pada suatu situasi ketika pengambil keputusan cenderung untuk mengikuti atau meniru pendahulunya tanpa memperhatikan informasi pribadi yang mereka miliki (Bikhchandani et al. 1992), sementara itu perilaku gembala merupakan tindakan untuk mengikuti perilaku pihak lain tanpa harus mengabaikan informasi pribadi yang mereka miliki (Smith dan Sorensen, 2000). Dari hasil penelitiannya, Duan et al. (2001) menemukan bahwa *informational cascades* terjadi ketika individu memberikan bobot yang lebih besar terhadap informasi yang mereka peroleh dari pihak lain dibandingkan dengan informasi pribadi yang mereka miliki. Selanjutnya Duan et al. (2009) mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan *informational cascades* yaitu:

- a. Keberlimpahan informasi (*information overload*). Diperlukan pengetahuan yang luas dan waktu untuk menilai kelayakan suatu teknologi, jumlah produk-produk teknologi informasi baik perangkat lunak maupun perangkat keras berkembang dengan sangat pesat dan meningkat secara eksponensial dari waktu ke waktu, dengan demikian pilihan untuk mengikuti orang lain yang telah terlebih dahulu menggunakan merupakan suatu pilihan yang rasional.
- b. Internet memberikan kemudahan atas akses informasi kolaborasi yang diperoleh dari pilihan-pilihan pengguna online tentang popularitas atau dampak dari penggunaan TI.

Salah satu implikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Duan et al (2009), menyatakan bahwa pengambil keputusan mengabaikan informasi yang diberikan banyak orang untuk produk-produk yang populer, namun tidak berlaku ketika mereka mengadopsi produk yang tidak populer. Produk populer memiliki tingkat ketidakpastian yang lebih rendah dibandingkan dengan produk yang masih baru. Dengan demikian sebenarnya dapat ditambahkan lagi bahwa ketidakpastian yang tinggi menyebabkan efek *informational cascades* juga semakin besar.

*Informational cascade* merupakan perspektif yang masih belum banyak dikaji secara empiris dalam kaitannya dengan adopsi TI. Namun demikian terdapat beberapa literatur yang secara konseptual menyajikan fenomena tersebut dalam adopsi TI (Kauffman dan Li, 2003; Li, 2004). *Informational*

*cascades* memiliki keterkaitan dengan eksternalitas jaringan. Adanya efek yang positif dari eksternalitas jaringan akan membuat efek *informational cascades* semakin sulit untuk dihentikan (Li 2004) *Informational cascades* terutama ditujukan terhadap permasalahan kualitas dari suatu teknologi. *Informational cascades* berkaitan dengan fitur yang hanya dapat dirasakan dan ditentukan manfaatnya ketika teknologi tersebut telah diadopsi, sementara itu eksternalitas jaringan merujuk pada jumlah adopsi teknologi yang telah dilakukan dan berkaitan dengan fitur yang dapat diamati secara jelas sebelum proses adopsi dilakukan (Song dan Walden, 2003).

*Informational cascades* ini merupakan salah satu antesenden bagi terjadinya perilaku mimetik (Perdana, 2010). Dalam konteks UMKM, *informational cascades* akan semakin kuat mempengaruhi perilaku mimetik apabila manajer UMKM dihadapkan pada inovasi atau teknologi informasi yang masih baru. Hal seperti ini sangat logis jika ditinjau dari aspek psikologis. Adopsi teknologi baru (*novel technology*) memiliki ketidakpastian yang tinggi dibandingkan dengan adopsi terhadap teknologi yang sudah mapan atau sudah dikenal (*mature technology*). Penilaian individu terhadap suatu teknologi baru yang sulit untuk dikonsepsikan cenderung akan meningkatkan persepsi ketidakpastian atas teknologi tersebut, demikian pula sebaliknya (Ziamou dan Ratneshwar, 2002). Dalam keadaan seperti ini, individu akan berupaya untuk mencari informasi mengenai bentuk dan fungsionalitas dari teknologi tersebut untuk mengurangi adanya situasi ketidakpastian (Ziamou dan Ratneshwar, 2002).

### 3.3 Dampak Isomorfisma Pada UMKM

Keberadaan perilaku isomorfisma di sektor UMKM sebenarnya sesuai dengan karakteristik-karakteristik UMKM. Ketidakpastian serta resiko kegagalan yang tinggi mengakibatkan manajer UMKM cenderung bermain pada posisi yang aman dalam mengadopsi TI. Mereka cenderung akan mengamati terlebih dahulu bagaimana suatu teknologi tersebut memberikan manfaat yang signifikan bagi bisnis baik dari sisi eksternal (hubungan dengan pemasok dan konsumen) dan dari sisi internal (efisiensi proses bisnis). Hasil penelitian empiris dengan menggunakan metode eksperimen menunjukkan bahwa *informational cascades* sebagai antesenden dari perilaku isomorfisma khususnya perilaku mimetik memiliki pengaruh untuk mengurangi ketidakpastian yang terjadi ketika manajer UMKM dihadapkan pada pilihan untuk mengadopsi teknologi. Persepsi manajer UMKM mengenai kesuksesan perusahaan pesaing mereka dan persepsi terhadap keunggulan relatif TI cenderung akan meningkat ketika mereka mendapatkan informasi dari pihak lain ketika diberikan pilihan untuk mengadopsi suatu teknologi

informasi khususnya yang masih baru (Perdana, 2010).

Dampak dari isomorfisma ini sebenarnya dapat dioptimalkan bagi kepentingan UMKM. Sebagai contoh, melalui tekanan memaksa (*coercive*), pemerintah dapat melakukan pengaturan mengenai pemanfaatan TI dalam rangka meningkatkan daya saing di kalangan UMKM. Pengaturan ini harus didukung juga oleh adanya penciptaan standar-standar profesionalitas dalam proses bisnis yang dapat didukung melalui asosiasi UMKM. Standar-standar profesionalitas ini harus mempertimbangkan proses bisnis internal dan juga eksternal. Menghasilkan produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen merupakan suatu tekanan dari sisi normatif yang dapat mendorong UMKM memanfaatkan TI dalam rangka menciptakan mekanisme dan aliran informasi yang strategis dalam rantai pasok. Asosiasi UMKM seharusnya juga membuka ruang untuk berbagi pengetahuan sehingga informasi dapat berjalan dengan cepat, dan UMKM-UMKM yang belum memanfaatkan TI secara optimal dapat terkena dampak mimetik atas informasi yang diperolehnya. Dukungan pemerintah dalam bentuk dana bergulir bagi UMKM untuk meningkatkan kemampuannya dalam melakukan investasi TI dan menciptakan role model juga sangat penting. *Role model* UMKM yang sukses dalam adopsi dan implementasi TI ini selanjutnya akan menjadi contoh bagi UMKM lainnya.

#### 4. SIMPULAN

Eksistensi teknologi informasi sebagai pemampu dan fasilitator bagi terciptanya proses bisnis yang baik, termasuk dalam menciptakan manajemen rantai pasok yang efisien, efektif dan fleksibel telah banyak dikaji secara empiris. Namun demikian TI bukanlah merupakan syarat perlu (*necessary condition*), melainkan syarat cukup (*sufficient condition*). Pemanfaatan TI hanya dari sisi administratif dan tidak bernilai strategis hanya akan mengakibatkan tidak optimalnya investasi yang telah dikeluarkan untuk TI tersebut. Faktor penting yang perlu diperhatikan adalah bagaimana sebenarnya tindakan-tindakan yang mendahului proses implementasi di sektor UMKM yaitu model adopsi yang digunakan. UMKM memiliki ciri yang khusus, diantaranya memiliki resiko kegagalan bisnis yang besar, anggaran yang terbatas dan pengambilan keputusan cenderung terpusat kepada manajer atau pemilik. Model adopsi TI pada sektor UMKM adalah isomorfisma. Perilaku mereka cenderung dipengaruhi oleh informasi dari pihak lain yang telah lebih dahulu sukses, tekanan dari regulasi, dan tekanan standarisasi profesional. Sebagian besar UMKM bukanlah merupakan inovator-inovator yang handal, mereka enggan mengambil resiko yang tinggi dalam investasi TI, sehingga untuk mencapai

posisi aman, pola adopsi lebih dipengaruhi oleh keterpaksaan atau tekanan dari lingkungan eksternal dibandingkan dengan tekanan dari internal untuk mencapai suatu efisiensi dan efektifitas produksi.

Perilaku isomorfisma yang terjadi di UMKM sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan TI di UMKM. Dukungan dari sisi regulasi dan pendanaan sangat membantu untuk mempercepat penetrasi TI. Pemerintah dapat mendukung terciptanya *role model* adopsi dan implementasi TI untuk UMKM pada setiap sektor perekonomian, sehingga apabila UMKM ini telah sukses, akan menjadi percontohan bagi UMKM lainnya dan dengan demikian tercipta pola isomorfisma yang menguntungkan. Peran pemerintah dari sisi regulasi dan asosiasi dalam menciptakan standarisasi proses bisnis juga dapat menjadi faktor penting yang dapat menekan UMKM untuk lebih memaksimalkan fungsi TI, sehingga dapat menjadi lebih strategis.

#### PUSTAKA

- Abrahamson, E. dan Rosenkopf, L. (1997). Social network effects on the extent of innovation diffusion: A computer simulation. *Organization Science*, 8(3), 289-309.
- Baerenklau, K. A. (2005). Toward an Understanding of Technology Adoption: Risk, Learning, and Neighborhood Effects. *Land Economics*, 81(1), 1-19.
- Banerjee, A. V. (1992). A Simple Model of Herd Behavior, *Quarterly Journal of Economics*, 107(3), 797-817.
- Bayraktar, E et al. (2009). A Causal Analysis of the Impact of Information Systems and Supply Chain Management Practices on Operational Performance: Evidence from Manufacturing SMEs in Turkey. *International Journal of Production Economics*, 122(1), 133-149.
- Bazerman, M.H. (1994). *Judgment in Managerial Decision Making*, 3rd ed. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Bernheim, D. (1994). A Theory of Conformity. *Journal of Political Economy*, 102(5).
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., dan Welch, I. (1992). A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades, *Journal of Political Economy*, 100(5), 992-1026.
- Biro Pusat Statistik. (2009). *Statistik UKM 2009*.
- Choi, J.P. (1997). Herd Behavior, the "Penguin Effect", and the Suppression of Informational Diffusion: An Analysis of Informational Externalities and Payoff Interdependency. *RAND Journal of Economics*, Autumn.
- Chuang, T, Nakatani, K dan Zhou, D. (2009). An Exploratory Study of the Extent of Information Technology Adoption in SMEs: An Application

- of Upper Echelon Theory. *Journal of Enterprise Information Management*, 22(1/2), 183-196.
- Chwelos P., Benbasat, I dan Dexter, A. (2001). Research Report: Empirical Test of an EDI Adoption Model, *Information Systems Research*, 12(3), 304-321.
- DiMaggio, P. J., dan Powell, W.W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48, 147-160.
- Duan, W., Gu, B., dan Whinston, A.B. (2009). Informational Cascades And Software Adoption on The Internet: An Empirical Investigation. *MIS Quarterly*, 33(1), 23-48.
- Ellison, G dan Fudenberg, D. (1993). Rules of Thumb for Social Learning. *Journal of Political Economy*, 101(4), 612-643.
- Grandon, E. E. dan Pearson, J.M. (2004). Electronic Commerce Adoption: An Empirical Study of Small and Medium US Businesses. *Information & Management* 42, 197-216.
- Iacovou A.L., Benbasat, I., dan Dexter, A. (1995). Electronic Data Interchange and Small Organizations: Adoption and Impact of Technology, *MIS Quarterly*, 19(4), 465-485.
- Indrajit, R.E. dan Djokopranoto, R. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain: Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan bagi Perusahaan Modern di Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Kauffman, R. J., dan Li, X. (2003). Payoff Externalities, Informational Cascades and Managerial Incentives: A Theoretical Framework for IT Adoption Herding, *Working Paper WP 03-18, Management Information Systems Research Center*, University of Minnesota.
- Kimberly, J. R. dan Evanisko, M. J. (1981). Organizational Innovation: the Influence of Individual, Organizational, and Contextual Factors on Hospital Adoption of Technological and Administrative Innovations, *Academy of Management Journal*, 24(4), 689-713.
- Lefebvre, L., Hervey, J., dan Lefebvre, E. (1991). Technological Experience and The Technology Adoption Decisions in Small Manufacturing Firms, *R&D Management* 21(3), 241-249.
- Levy, M dan Powell, P. (2005). *Strategies for Growth in SMEs: The Role of Information and Information Systems*. Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Li, X. (2004). Informational Cascades in IT Adoption, *Communications of the ACM* 47(4), 93-97.
- Lieberman, M. B., dan Asaba, S. (2004). Why Do Firms Imitate Each Other?. Tersedia di: <http://www.anderson.ucla.edu/faculty/marvin.lieberman/publications/ImitationSurveyPaperFinal.pdf> [diakses Januari 2011].
- MacGregor dan Vrazalic, L. (2007). *E-Commerce in Regional Small to Medium Enterprises*. United Kingdom: IGI Global.
- OECD, 2000. *Enhancing The Competitiveness of SMEs Through Innovation*. Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers Bologna, Italy, 14-15 June 2000. Tersedia di: <http://www.oecd.org/dataoecd/20/1/2010176.pdf> [Diakses tanggal 1 April 2010].
- Perdana, A. 2010. *Informational Cascades dan Tipe Teknologi dalam Adopsi Teknologi E-Commerce Pada Usaha Kecil Menengah (UKM): Studi Eksperimen*. Yogyakarta: UGM, Thesis Tidak Dipublikasikan.
- Premkumar G., dan Roberts, M. (1999). Adoption of New Information Technologies in Rural Small Businesses, *OMEGA, The International Journal of Management Science*, 27, 467-484.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. USA: The Free Press.
- Runge, J. B dan Lee, J. (2001). *Information Technology Adoption Among Small Retailers*. Tersedia di: <http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/USASBE200proceedings-072.pdf> [diakses Januari 2011].
- Sarosa, S dan Underwood, J. (2005). *Factors Affecting IT Adoption within Indonesian SMEs: Manager's Perspectives*. Tersedia di: <http://www.pacis-net.org/file/2005/150.pdf> [Diakses Januari 2011].
- Smith, L dan Sorensen, P. N. (2000). Pathological Outcomes of Observational Learning. *Econometrica*, 68, 371-398.
- Song dan Walden, E. A. (2003). *A Joint Examination of Information Cascades and Network Externalities in the Adoption of Peer-to-Peer Technologies*. Tersedia di: [http://ewalden.ba.ttu.edu/pages/documents/song\\_and\\_walden\(2003b\).pdf](http://ewalden.ba.ttu.edu/pages/documents/song_and_walden(2003b).pdf) [diakses Januari 2011].
- Terlaak, A., dan King, A.A. (2007). Follow The Small? Information-Revealing Adoption Bandwagons When Observers Expect Larger Firms To Benefit More From Adoption. *Strategic Management Journal*, 28, 1167-1185.
- Teece, D dan Pisano, G. (2003). The Dynamic Capabilities of The Firm dalam Clyde W. Holsapple (Ed.), *Handbook on Knowledge Management: Knowledge Matters* (pp. 197-213). Berlin: Springer-Verlag.
- Teo, H. H., Wei, K. K. dan Benbasat, I. (2003). Prediction Intention to Adopt Interorganizational Linkages An Institutional Perspective. *MIS Quarterly*, 27(1), 19-49.
- Thong, J. Y. L. 1999. An Integrate Model of Information Systems Adoption in Small

- Business, *Journal of Management Information Systems*, 15(4), 187–214.
- Walden, E. A., dan Browne, G.J. (2009). Sequential Adoption Theory: A Theory for Understanding Herding Behavior in Early Adoption of Novel Technologies. *Journal of the Association of Information System*, 10(1), 31-62.
- Walczuch, R., Van Braven, G., dan Lundgren, H. (2000). Internet Adoption Barriers for Small Firms in the Netherlands. *European Management Journal*, 18(5), 561-572.
- Ziamou, P dan Ratneshwar, S. (2002). Promoting Consumer Adoption of High-Technology Products: Is More Information Always Better? *Journal of Consumer Psychology*, 12(4), 341-351.